

CLIENTE OCULTO E JANELA DO CLIENTE APLICADOS EM UMA POUSADA DE SÃO FRANCISCO DO SUL

Autores: Gustavo Santana dos SANTOS, João Vitor JACINTO, Karolyne Santana dos SANTOS, Susana Nunes Taulé PIÑOL.

Identificação autores: Acadêmico do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmico do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Orientador IFC-São Francisco do Sul.

Avaliação na modalidade: Extensão

Área do conhecimento/Área Temática: Sociais Aplicadas/Tecnologia e Produtividade

Nível: Médio

Introdução

Toda empresa tem um público alvo, que pode ou não ser bem diversificado. Público alvo é a porção da sociedade consumidora para quem sua empresa direciona os produtos/serviços. Com foco em seus clientes uma organização pode melhorar os serviços prestados. Este artigo apresenta duas ferramentas de gestão da qualidade: Janela do Cliente e Cliente Oculto. Ambas aprendidas em sala de aula e aplicadas como prática extensionista em uma pousada de São Francisco do Sul, em Santa Catarina.

A Janela do Cliente é uma ferramenta que além de averiguar o nível de satisfação do cliente, verifica o grau de importância que o mesmo dá aos atributos (PIÑOL, 2011). Já o Cliente Oculto, por sua vez, ou cliente misterioso, é uma ferramenta utilizada por empresas de pesquisa de mercado, para medir a qualidade do atendimento de empresas, ou para levantar informações específicas sobre produtos e serviços (WIKIPÉDIA, 2017).

Como objetivo geral este estudo visa aplicar as ferramentas Janela do Cliente e Cliente Oculto junto a uma pousada; para tanto propõe os seguintes objetivos específicos: apresentar as características da empresa; aplicar a ferramenta Janela do Cliente; aplicar a ferramenta Cliente Oculto; analisar os resultados e propor melhorias.

Material e Métodos

A execução desta prática extensionista consistiu em entrevistas com os colaboradores da pousada para conhecer as características do empreendimento e para identificação dos atributos considerados pelo público-alvo no momento de decisão de compra; elaboração, pré-teste e aplicação do instrumento de coleta de dados; tabulação dos dados coletados e verificação das médias para a Janela do Cliente; visita do cliente oculto à empresa; registro das observações e fundamentação dos aspectos diagnosticados pelo cliente oculto.

Resultados e discussão

A pousada estudada é bastante antiga e conta com doze suítes. Em seu espaço o hóspede também conta com piscina, serviço de wi-fi, café da manhã e serviço de bar. Para a operacionalização dos serviços a empresa conta com dois funcionários na baixa temporada e quatro na alta temporada. Para garantir a segurança e conforto dos hóspedes a pousada conta com os serviços de alarme, câmeras, e vigia noturno terceirizados. Além disso, a pousada tem uma pessoa terceirizada e especializada para que seja realizada a limpeza da piscina e da parte externa. O serviço de lavanderia e limpeza dos apartamento são feito pela camareira.

A divulgação da empresa é feita através do site da pousada, paginas de buscas, redes sociais, indicações de terceiros e hóspedes antigos. Anualmente, em média, a pousada utiliza 380 apartamentos, os consumidores na maioria das vezes são famílias. A pousada também realiza alguns eventos durante o ano como casamentos, encontros festas de aniversario e algumas comemorações festivas.

A aplicação da Janela do Cliente permitiu apurar as médias apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1: Médias de importância (M.I) e de satisfação (M.S) da Janela do Cliente

Atributos	M.I	M.S
Televisão	4.1	4.1
Frigobar	4.0	3.8
Ar-condicionado	5.0	4.2
Cama	4.7	4.6
Quartos	4.8	4.5
Refeições	4.6	4.5
Cozinha	4.2	4.3
Refeitório	4.6	3.8
Bar	3.7	4.1
Recepção	4.4	4.4
Banheiros	4.5	4.1
Lavanderia	3.6	4.0
Piscina	4.1	4.1
Campo de vôlei	3.6	3.9
Churrasqueira	3.9	4.3
Estacionamento	4.6	4.5
Atendimento	5.0	4.1
Preço de hospedagem	3.6	3.6



As informações processadas pela Janela do Cliente indicam que todos os atributos são valorizados pelos clientes, considerando qualquer pousada, e recebidos pelos mesmos na pousada foco deste estudo.

A análise do cliente oculto foi efetivada entrelaçando depoimentos e referências da área. E as constatações tiveram como base o episódio de visitação do cliente oculto.

O cliente oculto chega na empresa....

Empresa: Boa tarde, tudo bem?

Cliente: Boa tarde.

Empresa: Posso ajudar

O atendimento é o grau de atenção dada pelos funcionários de contato, disposição para atender e auxiliar o cliente, o que é muito importante. (CORREA, 2012, p.99). Comparando com o diálogo do cliente oculto a empresa contém o atendimento adequado.

Cliente solicita informação...

Cliente: Gostaria de saber o valor de uma diária para casal.

Empresa: Para quando?

Cliente: Dia vinte e sete de setembro

Empresa: Vinte e sete de setembro, deixa eu dar uma olhada aqui. Esta R\$160,00, incluso o café da manhã.

Competência também é muito importante, pois é o grau de capacitação técnica da organização para atender o serviço. Comparado com o dialogo do cliente oculto a empresa contém competência: (CORREA, 2012 p.99). A empresa contém a competência adequada para coletar informações necessárias para dar resposta que atenda a solicitação do cliente.

Cliente indaga sobre o aceite de cachorro nas dependências da pousada...

Empresa: Olha agente aceita até pequeno porte, médio porte se não for muito grande. Esta R\$30,00 a taxa do animal que é paga só uma vez

Cliente: O cachorro fica preso dentro do apartamento ou ele tem livre acesso?

Empresa: Não, o cachorro fica preso dentro do apartamento, ele não pode ter acesso a área externa da pousada, porque é área de circulação das pessoas. Então ele não pode ter acesso.

Comunicação: Habilidade de o prestador de serviços comunicar-se com o cliente numa forma desejável (CORREA, 2012, p.99). A empresa contém a comunicação adequada.

Cliente: Ok. Como faço pra chegar ao centro histórico?

Empresa: O centro histórico está em torno de 15 a 18km daqui. Aí a senhora volta até o pronto atendimento onde a senhora entrou, pega a direita e vai sempre reto. Aí lá na frente vai ter um trevo uma rotatória, é só a senhora virar a direita e vai cair no centro histórico não tem erro é bem fácil mesmo.

Além dos registros de diálogo o cliente oculto relatou que a empresa contém limpeza e conforto adequados. Asseio e arrumação das instalações do serviço assim como conforto remetem à qualidade do serviço prestado. (CORREA, 2012 p.99)

Conclusão

Os resultados refletem que a pousada busca atender as expectativas de seus clientes na prestação de seus serviços e que no presente momento não há aspectos a serem melhorados. Indica-se a aplicação de outras ferramentas de gestão da qualidade no intuito de identificar outros pontos de melhorias. Estas mesmas ferramentas, de tempo em tempo, devem ser replicadas para manter o padrão de qualidade e corrigir eventuais problemas que possam surgir.

Referências

CLIENTE OCULTO, 2017. (www.wikipedia.br) Acesso: 30/07/17.

CORREIA, (2012) *Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de*

satisfação dos clientes, 1.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PIÑOL, S.T. (2011) *Pesquisa nota 10!* Editora UNIR-FAIR.